

面对新世纪的管理教育与培训¹

潘承烈

(中国企业联合会, 北京 100044)

摘要:由于科学技术突飞猛进的发展与全球化进程的加速,新世纪的管理教育与培训应在内容上具有前瞻性;并从我国的实际出发,源于实践又高于实践;重视培养学员对市场与环境变化作出迅速正确反应的能力;不断提高管理专业人员的口头与书面表达能力。管理教育与培训不仅要借鉴国际上最新的管理理论与经验,做到“洋为中用”,同时应从我国源远流长的悠久文化遗产与管理思想中汲取营养,做到“古为今用”,形成有中国特色的管理教育与培训。

关键词:管理教育;管理培训;中国特色

中图分类号:G72

文献标识码:A

文章编号:1007-9807(2001)03-0058-07

1 形势促使管理教育与培训升温

科学技术突飞猛进的发展和世界经济全球化进程的加速,使国际竞争日趋激烈,中央适时地提出了实施科教兴国战略,这为我国在新的世纪迎头赶上世界经济科技发展的大潮,提高我国的综合国力和国际竞争力指明了前进的方向。

要发展经济,振兴中华,必须依靠科技进步,而其根本依靠是要培养大量符合时代要求的人才,其中包括管理人才。

在改革开放之初,我们从实践中认识到,先进的科学技术与先进的管理是迈向现代化建设的两个车轮,缺一不可。后来更体会到,很多问题的出现与存在,三分是技术,七分是管理,我国技术落后,而管理则更落后。

管理之所以落后,有其特殊的时代背景。自新中国成立以后,长期没有把管理看作是一门专业,更谈不上是一门科学。过去一直认为,凡技术岗位都必须由经过技术训练、具有技术专业知识的人来从事,可是管理岗位却可吸收任何不一定具备业务专长的人来承担。

正是在我们把管理仅当作就事论事地处理一些日常事务工作的时候,国际上已进入了管理科

学的时代,而且管理科学出现了不少新的分支,我们只是在对外开放以后才了解到在闭关锁国的几十年间国际上发生的变化和发展,才清醒地觉察到我们在管理领域的落后与差距。

过去由于我们没有把管理作为一门专业进行系统地教育和培训,造成管理水平低,管理十分粗放,而也正因此,我们在经营管理方面存在着巨大的潜力。许多实践一再证明,在不增加投资、不增添设备和人员的情况下,只要加强管理,应用了某些科学的管理方法或管理技巧,产品的产量、质量就会提高,成本就能下降,这正说明管理也是生产力。“向管理要效益”一直是近些年来国家的一项重要方针,事实证明,这是完全符合我国当前实际的。

要加强管理,提高管理水平,归根到底体现在要培养出一大批懂现代化管理,善于在市场经济条件下经营的人才,否则强调管理的重要性就难以落到实处。

改革开放以来,抓管理教育与培训被提上了重要的议事日程。在教育系统,一些高等院校组建起管理或经济管理专业,培养这方面的本科生,继而又培养硕士和博士研究生,提供受过正规教育的专业人才。

¹ 收稿日期:2001-02-20

作者简介:潘承烈(1928-),男,江苏常州人,教授。

与此同时,各地各级经济管理部门以及各种官办和民办的培训中心大量开展了管理培训,对在职职工进行脱产或不脱产的短期专题培训,以补充他们的现代化管理知识,了解深化改革中的热点问题,由于这种培训内容多样,形式灵活,特别是在量大面广的在职职工中进行,所以更有针对性,收效也更快。

学校的正规管理教育与不脱产的在职管理培训已成为改革开放以来培养管理人才的重要的方法。

进入90年代以来,高校的工商管理硕士(MBA)教育备受社会关注,越来越多的企业界人士也踊跃参加脱产或不脱产的这种高层次的管理教育,这充分反映了当前的竞争形势已大大不同于以往,人们仅凭原来的个人经验、直觉,已远远应付不了当前如此错综复杂的局面,因而需要不断“充电”以更新知识,了解和掌握新的本领,以应对新的挑战。

1996年,朱镕基同志在国家自然科学基金委员会管理科学部成立大会上指出:“党中央提出了‘科教兴国’的方针,这个科学包括自然科学和社会科学两个方面,当然也包括了管理科学。现在,确实需要强调管理科学与管理教育也是兴国之道。”^[1]

这些年,在急剧变化与日益严峻的国内国际市场竞争中,广大管理工作者和企业经营者已认识到接受管理教育与培训是面对新世纪新挑战的一项紧迫任务,怎样更快培养出一大批掌握时代脉搏,能驰骋于国内国际市场的管理专业人才,是我国经济持续快速发展的大局问题,为各级政府与广大企业界与教育界所密切关注。

在市场经济环境下,管理教育与培训应遵循市场经济的要求与规律,商品生产需要以销定产,要适销对路才有市场,管理教育与培训也必须针对人才市场对管理人才的需要,而且不只看当前,还要着眼于今后的需要,这些就决定了教学的内容与方法。

2 新世纪对管理教育与培训的要求

改革开放以来,我们从开始重视管理并着手抓管理教育与培训,至今已有20年历史,面对新的

世纪,国内国际形势发生了许多巨大而深刻的变化,对管理与管理教育培训又提出了很多不同于以往的新要求,我们既要承袭以往从事管理教育与培训的好经验与做法,又必须考虑到种种新因素,以使管理教育与培训与经济发展的需要相衔接,只有这样才能使管理教育培养出来的人真正适应时代发展的需要。

2.1 管理教育与培训内容应有前瞻性

经济建设型人才从开始培养到学成参加实际工作,需要经过若干年时间,管理教育更需要有前瞻性,要预见到这些人才走上工作岗位后所面对的环境和现在有什么不同,将出现哪些新的变化。

进入新世纪,世界经济最大的变化莫过于信息化、网络化的发展对经济带来的冲击,互联网(Internet)的应用正以空前速度渗透到全球社会生活的各个方面,推动着一种经济力量在迅速成长,这是对管理科学与管理教育和培训提出的一大挑战。

管理人员不能等待走上工作岗位后,再对这些新技术的应用进行“补课”,而是应在学习期间就能掌握应用,这就要求充分认识到这一新的形势,在管理教育与培训内容上必须具有前瞻性。

网络化与信息化,包括电子商务,不是单纯的技术问题,而是管理问题,因为它们的应用都必须落实到量大面广的管理层面,因此,这些就不能不成为新世纪管理教育与培训的重要内容。

当然,新世纪的管理不只是在网络经济方面,随着国际经济的发展与竞争的加剧,也正在出现新的经营理念与管理理论和方法,不能不引起我们的关注,例如以人为本的原则、文化因素对管理与经济发展的影响等也正在显现,总之,管理教育与培训,不能局限于培养“今天”所需人才,更要着眼于“明天”的需要,这样才能跟上时代步伐,适应经济发展的要求。

2.2 管理教育与培训应源于实践又高于实践

管理教育旨在培养在实际工作中懂管理、会经营的专业人才,因此,管理教育与培训更需要体现教育与社会实践相结合的教育方针,从管理活动的实际出发,在管理理论的指导下解决实际管理问题。

我国的改革开放是前无古人的全新事业,没有现成的模式或理论可以照搬照抄,处理改革开

放中出现的管理问题也不存在一成不变的现成做法和答案。管理教育与培训所要培养的人才正是为当前和今后我国经济发展中有能力在国内国际市场竞争中掌握主动权的专业人才。这应是管理教育与培训的基本出发点。

在各种管理问题中所体现的表面现象虽情况各异,但如果加以深入的层层剖析,从大量具体事例中就会发现一些具有共性的、规律性的东西。在处理大量的日常事务时,为什么有时成功有时失败,有时顺利有时困难,事实上正是由于我们是在自觉或不自觉地遵照或者违背了某些客观规律,遵照或者违背了某些管理的基本原理或方法。

因此,我们要从管理的实践出发,研究分析实践背后的共性规律,这样我们对管理的认识才能提高和深化。管理教育与培训正是要从管理的现象入手,但不是以就事论事地解决具体问题为最终目的,而要训练学生对问题加以思考、解剖、提炼其中的共性规律,进而掌握从感性到理性的思维方式。这样才有利于管理人员通过自己的不断努力去提高业务水平与素质。

为了使学生更好地了解管理的实际,聘请一些有经验的企业经营者到学校或培训中心讲课或作专场报告,作为管理课程的补充,也是一种有效的方法。

管理教育与培训要源于实践又高于实践,既不能停留或满足于就事论事地解决问题,也不鼓励和提倡脱离实际的抽象理论。事实上,管理教育与培训始终要把传授现代化的、科学的管理理论放在教学课程的首要位置。高素质的管理人才更需要具备现代化管理理论的系统知识。

近二三十年来,国际上管理理论有了很多新的发展。例如上世纪80年代以《公司文化》(1982年)、《追求卓越》(1983年)等为代表,90年代以《企业重组》(1993)、《第五项修炼》(1994年)等为代表的一批新的管理著作的问世,都标志着随国际经济的发展而提出的新的管理理论与方法。现在有关网络经济、新经济等对管理的影响就更大。下学习掌握管理的前沿知识和理论,没有足够的理论功底,在纷繁复杂的管理现实面前,就会如堕云里雾中而不知其所以。

可是另一方面,当今世界出现的这些新的管理理论的来源,则又都是前人或今人总结提炼大

量实践的结果。所以有人说,近二三十年来,新的管理理论与方法,不是出自学者的书斋,而是来源于成功企业的实践。

所以我们学习的管理理论,正是学习前人提炼的实践的结晶。没有管理的实践就不会有管理的理论。在管理领域,不会出现像数学领域的“哥德巴赫猜想”这样的纯理论、纯学术的课题。上述那些影响企业界的著作,无一不是从很多成功企业中所归纳、提炼又经实践进一步检验的理论或学说。

我们强调管理教育与培训要源于实践,就是要从管理问题的实际出发,更好地了解我们现在所处的国情、民情、厂情,归根到底是要解决实际问题;又要高于实践,就是要从问题的特殊性上升到其普遍性的规律,从更高的层次上去理解问题的来龙去脉,使我们的认识与管理水平逐步深化与提高。

2.3 大力培养和提高“以变应变”的能力

进入新的世纪,国内国际影响经济管理的因素正在发生巨大而迅速的变化,不确定因素日益增多,处于这种环境中的经营管理专业人员对环境变化作出快速反应的能力与应对措施,已成为对他们的一项重要考验与基本素质要求。在同样情况下一个企业作出的反应比竞争对手慢一步,商机就会落入他人之手,而使自己在竞争中失利。

如何根据不同的具体情况作出及时而正确的反应,这方面素质的培养和训练,基础还在于管理教育。

长期以来,我国的教育制度从小学开始一直是单向的,即采用灌输式的方法,这就造成学生缺少独立思考,从而缺少自己的见解。在这种教育体制下培养出来的学生在走上工作岗位后,也就习惯于事事按照上级布置、照章办事、缺乏主动性,怎样根据上级精神结合本单位实际进行创造性的思考与发挥,在旧体制下往往受不到鼓励和提倡。

但新世纪的形势已发生了很大变化,改革的深化正使企业的前途命运越来越掌握在自己手中,变幻莫测的市场环境必须靠自己的眼力与主见和承担风险的魄力,才能抓住市场机遇。

随着改革的深化和与国际经济的接轨,层出不穷的新事物无先例可循,需要创造性地思考,创新正成为生存发展的第一要素。培养有创新思维

能力的人才将决定我们的未来,对管理专业人才来说,更需要首先从管理教育开始,从教育方式的改革入手,把过去单向的、灌输式的教学方式,改变为双向的、在教师与学生间能形成互动和沟通的教学方式。

国外的案例教学与管理游戏之类的教学方法就是形成双向交流的有效形式。在案例教学中,学生根据每一具体问题提出自己的见解;在管理游戏中也根据自己所扮演的角色发表自己的看法。这就促使学生不停留在老师讲的东西上,而要经过自己的消化吸收,通过自己的思考,把自己的认识讲出来,不论自己的见解如何不成熟,甚至如何幼稚,但总能在自己动脑筋上得到锻炼。这里所说的思考,重要的是指能把所学的理论知识联系实际,举一反三、触类旁通的思维方式,只有训练和具备了这样的思维能力,才能在出现新的情况,面对新的问题时,作出及时的、灵活的反应,而这正是对新世纪管理专业人才的一项重要素质要求,这也正是管理教育与培训在新时代的重要内容和关键要求。

最近美国管理大师彼得·德鲁克(Peter Drucker)在与《第五项修炼》作者彼得·圣吉(Peter Senge)的谈话中,圣吉指出着眼于创新与着眼于解决问题两者之间似有所区别,现在企业占主导地位的思路大多为怎样去解决问题,德鲁克回答说:我们不能低估工商管理学院过去50年的影响与成绩,但造成上述原因,部分也是管理学院之过,怎样去解决问题这是可以去教的,有些公司创建几十年仍能存活,主要就是靠维持原状,就是靠“解决问题”,而不是去“创新”,这犹如屋顶漏雨了,你总是会去修修补补做些添砖加瓦的事,而不会想到去另盖一座新的¹⁾。

这话正可谓言简意赅,引人深思。

新世纪对企业领导人的要求,已不仅满足于只会走过去成功的老路,而更需要能换一种新的经营思路,去探索新的商机,而这正是管理思想的创新。

在管理教育与培训的内容上,新世纪当然应更加注意国内国际经济发展中影响管理的新动态、新理论,但除了给予学员新的知识外,同样重要的是在教学方法上怎样培养学生“以变应变”的反应能力、反应速度,以及思维方式上的创新才

能,这正是新世纪对管理教育与培训提出的一个比以往更为重要的新课题。

2.4 不断提高管理专业人员的表达才能

管理的主要职责是组织、协调和沟通,每一项活动实际上都是在与人打交道,因此这与从事其他专业的有所不同,管理人员要传达他的意图、见解,都只有通过口头与书面两种方式来实现,提高管理专业人员的表达才能对管理人员极为重要,你有再好的想法如表达出来辞不达意,便无法达到预期效果,表达能力和沟通能力是管理专业人员的一项基本功,一项关键的素质要求,而这需要在进行管理教育时就得到基本的训练。

在灌输式的教学方式下,学生的表达能力难以得到锻炼,学生没有机会用自己的语言或文字来表达思想,案例教学或管理游戏之类的教学方法,却能使每一学生在教室中讲出自己对一些问题的观点或看法,怎样能表达得清楚,使大家明白,思维逻辑是否简明,这些都是对学生的考验,尤其在当着不少师生面自己成为一名“主角”更有利于锻炼自己的胆量与表达技巧,所以,这方面的训练应作为管理教育的重要内容之一,经过不断锻炼以提高学生的表达能力与表达水平,先从能“说清楚”再上升到讲究谈话技巧,以便做到令人信服,这套基本功有一个由低到高的发展过程,但它的起点应该在学校,在管理教育与培训中。

训练表达能力,不仅仅是口才问题,更反映了一个人的文化功底,要使自己一套想法有说服力,需要有较广博的知识,同样一个问题,你如能引经据典,旁征博引,就会起到画龙点睛的作用,从而收到事半功倍之功效,当然这决非一朝一夕之功,有待一生不懈的努力,但对个人来说,既然选择了管理这门专业,要从年青时起便自觉地在这方面刻苦努力,管理教育自开始便应加强对此的引导,显然,这是学生受益一生的好事。

文字表达能力的提高更是当务之急,练习写作能力对现在很多高校学生有进一步“补补课”的必要,否则你有再高明的见解,表达出来辞不达意,也是徒然,这在择业竞争中更是一个不可忽视的因素。

随着改革开放的不断深入掌握一门或一门以

1) 美国大企业联合会双月刊: Across the Board 1995年11月

上外语已成为一项基本要求,尤其对管理专业来说,新的知识和动态层出不穷,如果对来自国外的新信息不能自如地阅读原文去了解吸收其内容,那就缺损了一个重要的信息源,如要等译成中文后才能阅读,则这些资料不仅是挂一漏万,有时甚至已经过时,所以外文阅读能力是对管理人才的基本要求。

随着国际交流的日益扩大,国外学者来华作学术报告也日益增多,所以在外语方面要求不但要做到会读、会写,还要进一步在会听、会讲方面加以提高,最终要做到直接用外语思考,达到运用自如的境界。

这些都是管理教育中基础性的工作,进一步加强语文和外语水平,以提高读写速度与文采,应列入管理教育的重要课程。

管理人员的口头与文字表达能力和表达技巧,还影响到他的对外形象,反映了他的文化功底与文化品位,从某种程度上更反映了他所代表单位的对外形象,在国际交往中尤其如此。

3 从“古为今用”中营造中国特色

由于管理是通过人去实现的,不同的人生长的环境不同,其家庭、社会、政治、经济、文化、教育以及心理等因素不同,在立身处世和处理事物时就会体现出不同的想法、观点和处理方法,自上世纪70年代以来,国际上开始重视不同文化背景对管理的影响,认识到管理要“因地制宜”的重要性,没有一种管理方式(不是指具体的管理方法或管理技巧)可以从一个行之有效的地方一成不变地照搬照抄到世界上任何地方也都能取得同样的效果,因为不同的国家、民族,不同的地域,其国情、民情不同,必须从实际出发,把人家好的东西,成功的经验,经过自己的消化吸收,经过“加工改造”,才能在当时当地真正行之有效。

我们要进行现代化建设,必须学习世界上一切先进的东西,博采众长,武装自己,这是毫无疑问的,尤其是在市场经济下的经营管理与竞争,我们需要向已有几百年历史和经验的发达国家学习,党的十四大指出:“必须大胆吸收和借鉴世界各国包括资本主义发达国家的一切反映现代化社会化生产和商品经济一般规律的先进经营方式和

管理方法。”明确地指出了博采众长的方向。

我们正处于从长期计划经济体制转向社会主义市场经济的转型过程中,这是一项前无古人的开创性事业,因此,我们要建设的是有中国特色的社会主义,是从我国具体国情出发的,而不是,也不可能是采用现成的外来模式,我们的管理因之也必然应具有中国特色,这样才能在中国的土地上生根发芽,在中国的企业中开花结果,这应成为我们管理教育的着眼点。

学习国外的先进管理理论与经验,在当前和今后始终是我们关注和要抓紧的重点,但仅限于在这个范围,以为只要学好了人家的经验就能使我们面临的一切问题都会自动地迎刃而解却也并不尽然,现在大家热衷于学习MBA课程,这是十分可喜的现象,一些名牌大学以哈佛工商管理学院等国外名校的教材和案例为蓝本也是我们在管理教育上的一大飞跃,然而即使你把哈佛的教材全部学得滚瓜烂熟,在国内你也不一定能成为一个称职的企业领导人,为什么?这是因为对我们这个刚步上市场经济的发展中国家,有许多特殊的困难和问题,是发达国家所不存在,有些甚至让人难以置信,所以,我们的管理教育也一定要落脚到具有中国特色,才能使培养出来的人才能更好地从中国的国情、民情及中国的实际出发,去考虑和解决问题。

管理教育所培养的人才正是要具有这样的能力与素质才行。

虽然我们的管理与发达国家相比较为落后,但凡事都是一分为二的,在管理上也不例外,中华民族有五千年的文明史,在几千年的长期实践中,祖先为我们留下了无数宝贵的历史文化遗产,其中很多丰富而深刻的哲理在当今激烈的市场竞争和进入知识经济时代仍闪耀着耐人寻味的光芒,正是在这一点上,我们在国际竞争上与其他国家相比有着独特的优势,有些走在竞争前沿的企业已为我们起到了示范作用。

例如,随着市场竞争的日趋激烈,很多企业陷入困境,有些企业产品找不到销路,库存增加,资金难以周转,同时,也有不少企业在同样客观条件下能看到机遇并抓住机遇,得到不断发展,究其原因,其实并不在于市场是否已饱和,关键是你能否比别人早一步看到市场上出现的新的商机,正如

《孙子兵法》所强调的要“以奇胜”。他说:“故善出奇者,无穷如天地,不竭如江河”^[2]。对“善出奇”的企业来说,市场永远不会饱和,市场机遇真正“无穷如天地,不竭如江河”。关键是你有没有眼力去识破这种机遇,有没有才干去抓住这种机遇。又比如,我们有越来越多的企业拥有了进出口自主权,一般来说,这些企业的目标都是为了“出口创汇”,可是海尔集团的目标却是“出口创牌”。他们认为,只要海尔的品牌在美国市场、欧洲市场站住脚、扎下根,就不愁创不了更多外汇。果然,2000年海尔的全球营业额达到了406亿人民币,创汇2.8亿美元,比上一年度创汇增加了103%,翻了一番还多,“创汇”和“创牌”仅一字之差,但却大有高下之分。

我们正进入知识经济时代,这与以往农业经济、工业经济的最大不同就是知识经济认为无形的东西比有形的资产更有价值,更珍贵,在新的世纪,知识将是推动经济发展的主要动力。

早在2500年前,老子在《道德经》里就讲到:“天下万物生于有,有生于无”^[3]。这里说的“有”是指有形的、物质的、看得见摸得着的,包括各种物质财富;“无”则是指无形的、非物质的、看不见摸不着的东西,但并不是不存在,诸如经验、技巧、战略思想、点子、企业家精神,以及企业的形象、产品的品牌等就都属于“无”的范畴,知识也正是如此。

现在企业竞争,从表面上看是企业经济实力的竞争,而从深层次来说,实际上是经营谋略的竞争,是经营智慧的较量。

海尔的“出口创牌”既反映了知识经济时代的特点和时代潮流,又是我们祖先哲理和智慧在当今时代的生动写照。

参 考 文 献:

- [1] 朱黎基. 管理科学: 兴国之道[N]. 人民日报, 1996-09-20
- [2] 《孙子兵法·势扁》[M].
- [3] 《道德经·第四十章》
- [4] 《鬼谷子·符言》
- [5] 潘承烈. 海尔的答案[N]. 中国企业报, 2001-01-15

在新世纪要培养的管理专业人才,面对的是全球化的格局,因此需要“立足当地,放眼全球”,否则不可能应付得了新的挑战。关于这一点,战国时代纵横家的始祖鬼谷子早就说过:“以天下之目视者,则无不见;以天下之耳听者,则天下闻;以天下之心虑者,则无不知”^[4]。我们正是需要培养出具有“天下之目”、“天下之耳”、“天下之心”的人才,才能使我们的管理专业人员在国内外国际竞争中立于不败之地^[5]。

以上几个例子,只是说明从我们祖先的许多哲理中,可以使今天的管理专业人员领悟到更多在新世纪的竞争之道和经营之道,进而开阔我们的眼界,搞活我们的经营思路,这不正是我们从“古为今用”中能有所启迪,有所得益吗?不也正是我们中国企业界在国际竞争中的一大特色与一大优势吗?

而这正是我们管理教育应加以重视的胜人一筹之处,从这些年市场竞争中我们已明白“人无我有”是产品竞争的诀窍之一,在管理教育和塑造管理专业人员上其实也一样,“古为今用”正是别人没有而我们具有五千年文明史的炎黄子孙所承继的一大文化遗产,为我们所独有,在文化上,越是能反映自己民族特色的东西,才越能为国际社会所接受,而只把人家已有的东西全盘照搬过来,人家位居世界第一,你全做到了,也最多只能成为世界第二,所以在管理教育上,既要学习国外的先进经验,做到“洋为中用”,也不能忘记发挥我们自己的特点,“古为中用”正是为营造中国特色的管理与管理教育的一大特点与优势。

Management education and training facing new century

PAN Cheng-lie

China Enterprise Confederation(CEC), Beijing 100044, China

Abstract: By the rapid development of science and technology, and the acceleration of globalization, the management education and management training facing the new century should pay more attention of the following features: with a perspective of the future demand of human resources in management, based on the real and practical situation and higher than pragmatism, focusing on the quick reaction and response to the fast changing market and environment, improving the oral and written competence. Management education and training need not only to learn and absorb the up-to-date international management theory and practice, but also digest the Chinese ancient management thoughts and philosophy, in order to form the specific style of management education system with Chinese characteristics.

Key words: management education; management training; Chinese characteristics

(上接第57页)

Queuing model in virtual service support system

SONG Wei-bin, SU Qin

Xi'an Jiaotong University, Xi'an 710049, China

Abstract: By analyzing the queue net of service support system in virtual enterprise, the authors establish a multi-state and priority customer services model. According to the customer satisfaction, the model under the steadily state is calculated. Meanwhile, the result of model are optimized from cost, income and efficiency of the services operation department. The base service capability is got, which give important direction to arrange and organize services ability of virtual enterprises.

Key words: queuing model; service field; virtual enterprises